

## APLIKASI PRAKTIS RISET PEMASARAN: CARA PRAKTIS MENELITI KONSUMEN DAN PESAING

Buku ini menggunakan kerangka 10 tahap riset pemasaran guna memudahkan pembaca dalam mempraktikkan riset pemasaran. Disajikan pula cara megolah dan menganalisis data dengan program SPSS serta dilengkapi dengan pembahasan mengenai kuesioner.

Secara garis besar buku ini berisi :

bab 1 gambaran ringkas riset pemasaran

Bab 2 penetapan masalah riset

Bab 3 penentuan desain riset

Bab 4 metode pengumpulan data

Bab 5 penentuan desain pertanyaan

Bab 6 metode pengambilan sampel

Bab 7 proposal riset pemasaran

dll

